

寒晒しそばを頂点とした、そばブランド開発事業

取り組みに至る背景・事業の目的

- 江戸時代に諏訪の高島藩が将軍家に献上した「寒晒し蕎麦」は、冬期に厳寒の気候を利用して製造し、高品質で栄養機能性に優れたそばである。平成 18 年度から寒晒し蕎麦を復元させようと、商工会議所、そばの生産者、八ヶ岳そば切りの会が、長野県や茅野市の協力を得ながら、取り組んできた。メディアからも取り上げられ、成果が出つつあるが、さらに寒晒し蕎麦が茅野市のそばの頂点ブランドとして定着するよう事業を前進させる。また、観光活性化の寄与も図る。

事業内容

- ブランド力向上のためのイベント等を利用したプロモーション活動の実施
 - ・ 献上寒晒しそば祭りの開催
平成 20 年 7 月 19 日～7 月 28 日 (10 日間)
茅野市内の 10 軒のそば店で寒晒しそばを販売
 - ・ 諏訪大社上社献納蕎麦祭の開催
11 月 20 日 茅野市民館
寒晒し蕎麦の PR、そば打ち体験を通じて、茅野市のそば文化の向上を図った。



【イベントの様子】

- 茅野市への来訪者に向けてパンフレットを作成して、広く情報を発信
 - ・ 寒晒しそばや茅野市のそば文化等を掲載した「寒晒しそば」MAP を作成 (3,000 部)

事業効果

- 献上寒晒しそば祭りでの販売状況は、平成 19 年が約 1,300 食、平成 20 年は約 2,000 食で、平成 21 年に向けて約 3,000 食の製造を行った。
- 販売店は、平成 20 年は前年に比較して 2 店増え 12 店となり着実に増加している。
- 平成 20 年のアンケート調査では、県外客が 50.5% であり、観光にも寄与している。

工夫・苦労した点、課題、今後の取り組みなど

- 「献上寒晒し蕎麦」が茅野市のそばの頂点のブランドとして定着し、全国的なブランドになるよう努めていく。
- 販売店にバラツキがあることから、品質のレベル向上を図り、品質保証ができる体制を確立する。また、販売店や販売数量の拡大を図る。更にブランド力が向上するよう現状に満足せず、新たな販売方法の仕組み作りを行う。
- 「献上寒晒し蕎麦」は特別なそばで販売期間が短いため、今後は、地元産の良質な蕎麦で通年販売ができる第 2 のブランドを開発する。

【選定のポイント】

地域の埋もれた資源をブランドにするため、商工会議所やそば関係者等が連携した積極的な取り組みが行われた。

団体名	茅野商工会議所 (茅野市)	事業タイプ	ソフト事業
連絡先	電話 0266-72-2800	事業費	622,487 円
		支援金額	583,000 円